

negocios



VENTAS. "Boom" de importados, "guerra" de precios, más financiamiento y clientes "low cost" son algunas de las tendencias esperadas por el comercio. **Páginas 2 y 3**

Consumo.
La economía crea en 2025 un nuevo mercado

ILUSTRACION DE OSCAR ROLDAN



Tu baño premium

Grifería para lavatorio
BERLÍN

DESCUBRÍ SUS TRES COLORES



**BENEFICIOS ESPECIALES
CON EL CLUB**

ClubLaVoz

APROVECHÁ 10% OFF

CON TU TARJETA CLUB LA VOZ EN CUALQUIERA
DE NUESTRAS SUCURSALES

Ferrocons
www.ferrocons.com.ar

Para consultas
351 6981000

en profundidad

Florencia Ripoll
fripoll@lavozdelinterior.com.ar

Sobre el cierre del año, la consolidación de las mejoras macroeconómicas –en especial, la merma de la inflación– abrió un horizonte de mayor calma y estabilidad que insufló ánimo positivo a una parte mayor de la población. De todas maneras, la bonanza parece haber llegado antes al terreno de las expectativas que a los bolsillos: aunque las ventas comenzaron a mejorar en el último trimestre, la nota característica es la heterogeneidad del tenue repunte según estratos sociales, canales y categorías o tipos de productos. ¿Cómo sigue la película este año?

El desplome de 2024 fue tan pronunciado que antes de hablar de crecimiento toca recuperar caída. "Falta procesar los últimos datos, pero estimamos que el consumo masivo va a redondear una caída promedio del 16% al 17% en 2024. En categorías como electro o computación, será casi del doble. Lo 'bueno' de eso es que deja una base de comparación muy baja, en especial para el primer trimestre de este año. 2025 debería traer números positivos, pero serán más una recuperación que crecimiento del consumo", analiza Javier González, director comercial de NielsenIQ, en diálogo con **La Voz**.

Sobre esto aclara: "El consumidor ya reubicó su billetera a la nueva composición del gasto. En la medida en que la recomposición de tarifas y de precios regulados no dé un salto y los salarios puedan ir ganando algo a la inflación, eso se irá volcando al consumo".

Las proyecciones de otras consultoras trazan un panorama en sintonía: una recuperación segura pero moderada del consumo masivo. Sienta la cifra en torno al 3% anual; mientras que la Cámara Argentina de Comercio espera hasta un 5%.

La expectativa en las grandes superficies de Córdoba es coincidente: "La caída del consumo entró en un amesetamiento sobre el final de 2024 y lo que esperamos para este año, en función a los pronósticos que manejamos, es un crecimiento de leve a moderado que estaría entre el 3% y el 5% anual. No se advierten nubarrones en materia de precios", sintetiza Diego Sabat, director de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad de Grupo Libertad.

Parecido es el horizonte que visualizan en los shoppings, donde se sintió un cambio de ánimo –para bien– en los compradores sobre el cierre de 2024, y hay confianza en que en este nuevo ejercicio las ventas se irán recuperando respecto de esa base. En eso coincidieron Antonio Heinz, director comercial de Nuevocentro, y Julianna Olivera, *center manager* de Córdoba Shopping. El

VENTAS. El gran motor del mercado interno cerró 2024 con un fuerte desplome, pero en tónica más positiva sobre los últimos meses. Qué novedades y expectativas hay para este año.

Consumo. "Boom" de importados, más crédito y otras tendencias para 2025

relevamiento de ventas que realiza el Gobierno provincial publicado hasta octubre muestra que en ese mes, potente por la efeméride del Día de la Madre, los centros comerciales del Gran Córdoba lograron ventas 0,02% real por encima de las de igual mes de 2023. A esa altura del año acumulaban

una caída interanual promedio del 5,5%; bastante inferior a la del consumo masivo.

En tanto, para los comercios cordobeses más pequeños dedicados a la venta de alimentos (almacenes, verdulerías, pollerías, carnicerías y fiambrerías) el 2024 fue aún más duro: "La caída de ventas en 2024 estará en torno al 21,1% interanual. El piso fue en mayo, cuando se desplomaron 30,2%. Luego la merma se fue recortando un punto por mes, y en noviembre y en diciembre eso mejoró a un punto y medio", describe Germán Romero, presidente del Centro de Almaceneros de Córdoba.

Hacia adelante, anticipa: "Siempre que la inflación se mantenga en el nivel de los últimos meses, esperamos seguir recortando un punto por mes de caída en las ventas este año. Necesitamos 20 meses para regresar a los niveles de agosto de 2023". Así de escarpado se presenta el ascenso.

El cliente "low cost" llegó para quedarse

Así como la reactivación económica se presenta dispar y muy heterogénea, el mercado de consumo exhibe profundas desigualdades entre los distintos estratos sociales.

"Mientras que la clase alta recupera parte del poder adquisitivo frente a la inflación, la quita de subsidios impacta significativamente en los bolsillos de clase media y baja. Así y todo, ningún estrato logra recuperar todo el terreno perdido por el shock vivido a principios de año", describe un informe de la consultora Moiguer.

Las diferencias en la pirámide social se profundizan y el consumo refleja distintas realidades. A partir de sus sondeos, la consultora especializada en consumo diferencia en cada clase actitudes distintas en relación con el ánimo y las posibilidades de compra.

La clase alta, equivalente por ingresos a sólo un 5% de la población, cerró 2024 con "una actitud expansiva", que implica el regreso paulatino a consumos que había postergado, como viajes y compras *premium*. Debajo en materia de ingresos están los sectores medios (43%), oscilantes entre la restricción y la compensación: "ajustan y eligen estratégicamente para defender consumos que sienten esenciales para su identidad, valores e idiosincrasia", reza el informe.

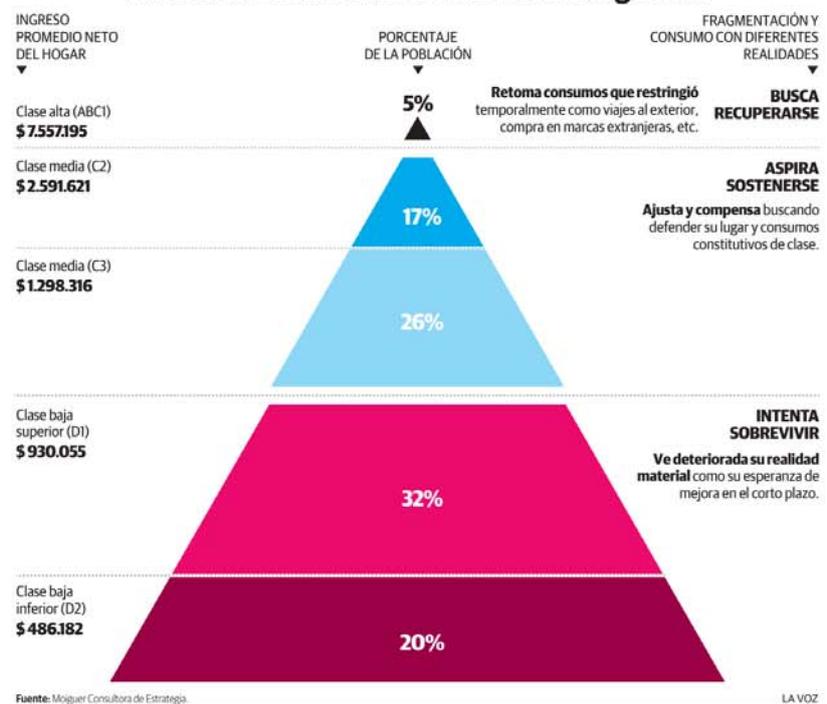
En la base, la "clase baja", convertida en el sector social más numeroso (52%), predomina la "restricción": se deteriora no sólo su realidad material sino también sus expectativas de mejora en el corto plazo. Se trata de más de la mitad de la sociedad donde los hogares no superan el millón de pesos de ingreso total de bolsillo.

Ese es el mercado al que se enfrentan las marcas en 2025, y en el que el consumo tiene el desafío de recuperarse.

"Las marcas encaran el reto de reconquistar parte de los consumidores que se fueron, que las dejaron por razones de precio. Hacer que los compradores vuelvan es una tarea compleja por dos motivos principales: las segundas marcas tienen mucha más calidad y atractivo que los de otras crisis, y a fuerza de golpes el consumidor argentino se volvió un verdadero experto en hacer rendir su dinero, comparar precios y demás", advierte González, de NielsenIQ.

Sabat, ejecutivo de grupo Libertad, confirma que en 2024 las grandes superficies pudieron ver en vivo y en directo los cambios de conducta en el comprador descritos por Kantar Worldpanel: siete de cada 10 hogares disminuyeron la frecuencia de visitas a los canales; cinco de cada 10 redujeron el

Cómo cierra el año la estructura social argentina



Importación: más surtido y guerra de precios

La mayor cantidad de productos importados será un rasgo casi transversal en el comercio durante 2025. En eso coinciden referentes de las grandes superficies y de los shoppings.

Las razones detrás de ese fenómeno son las mayores facilidades para importar productos implementadas por el Gobierno nacional (eliminación de barreras legales, baja de aranceles, quita del impuesto País) y la política cambiaría

de apreciación del peso (dólar barato).

"Nuestro plan de importaciones 2025 duplicó el cupo de productos respecto de 2024. Se verá mucho más surtido en góndolas, pero el fuerte de esa importación no será alimentaria, sino en categorías como blanco, camping, electro, casa, bazar y pequeños electrodomésticos, entre otras", señala la responsable de compras de una de las cadenas de supermercados más importantes en el

lavoz@cvaagroup@gmail.com

país. El origen de la mayoría de los productos es China y el sudeste asiático.

Antonio Heinz, director comercial de Nuevocentro, anticipa un fenómeno en sintonía en los centros comerciales: "Muchas de las marcas de indumentaria ya comenzaron a viajar más a India, China, Indonesia. Buena parte de las colecciones otoño-invierno, en especial abrigos, camperas y prendas pesadas vendrán del exterior y con muy buenos pre-

Los referentes coinciden en que el cliente en modo "low cost" seguirá muy presente a lo largo de este año.

cios. Se viene la competencia internacional".

El ejecutivo destacó el beneficio que eso implica en términos de baja de precios y mayor surtido y calidad para el consumidor, pero aclaró: "Hay que ver qué pasa con la industria nacional, claro que ningún extremo es bueno. Aunque cierta competencia siempre es buena porque hay que decir que estamos el doble de caros que países vecinos".

en profundidad

tamaño de las compras y seis de cada 10 categorías perdieron hogares compradores.

De la mano del menor poder adquisitivo, los almaceneros aseguran que captaron un flujo mayor de gente que resignó visitas a las grandes superficies y se refugió en la compra imprescindible, más pequeña y en ocasiones "al fiado" del comercio barrial. "El año pasado nuestro canal captó un 8% más de clientes que en 2023, pero todo el mundo compró menos. Por eso, ese mayor flujo no evitó el desplome del consumo", asegura Germán Romero.

Tanto él como el resto de los referentes coinciden en que el cliente en modo *low cost* seguirá muy presente a lo largo de este año.

Dos ganchos: precios bajos y cuotas

"Este año los precios van a continuar estables o incluso a la baja debido a la fuerte presencia de las promociones", anticipa Sabat desde el segmento hipermercados.

Otro referente del sector destaca la agresividad de las acciones comerciales de las grandes superficies, que este año no cesaron ni entre Navidad y Año Nuevo, como costumbre en el canal. "Dos por uno, tres por dos, descuentos y demás van a seguir más fuerte que nunca en 2025. La competencia será a todo o nada", avisa un supermercadista que prefiere anonimato.

Quienes operan góndolas destacan

que a excepción de lo que puede haber sucedido en diciembre por motivos estacionales, la inflación de alimentos viene desacelerándose a mayor ritmo que el IPC general, y eso continuará este año. Por ello, cualquier recomposición de la población en materia de ingresos se sentirá en el consumo. A la vez, el poder de compra aún acotado y con perspectiva de mejora muy paulatina y heterogénea pone un techo al posible salto del consumo y contribuye a la quietud de los precios.

En este escenario, cobra importancia el financiamiento como palanca de venta. La oferta de cuotas sin interés de parte de las tarjetas se multiplicó sobre el final de 2024 y seguirá teniendo gran centralidad, en especial en el repunte de categorías como electrodomésticos, tecnología y hogar.

En tanto, en otras zonas del consumo masivo se presentan como blanco de disputa entre bancos y grandes superficies: "No hay país donde puedan financiarse alimentos en cuotas sin interés como sucede en Argentina. Esto va a desangrar a los supermercados porque genera un gran problema financiero: hay menos rotación de stock por la merma del consumo y su ciclo de pago está diferido por las condiciones que ponen las tarjetas, que en este país tienen plazos muchos mayores que en otros mercados. Aquí es donde el Gobierno nacional debería desregular", afirma en *off* un empresario supermercadista.

Otro cambio: la llegada de marcas internacionales

Nuevocentro reveló hace tiempo que, al igual que otros, avanza en gestiones para fichar alguna cadena internacional con interés renovado en desembarcar en la Argentina o crecer en el interior a raíz del cambio de orientación económica. Gigantes como Zara y H&M

son blancos centrales de ese reclutamiento, puesto que su ingreso puede impulsar fuerte la afluencia de público y ventas en un centro comercial.

De hecho, Nuevocentro asegura que ya experimentó el impacto de sumar a una marca internacional de otra escala

pero muy bien posicionada, como Vans, con un local exclusivo: "Desde que abrió, fue una locura, hubo días con colas de clientes", aseguró Heinz.

Algo muy similar anticipa Juliana Olivera, al mando desde hace poco tiempo de Córdoba Shopping. La ejecutiva que se convirtió en la *center manager* más joven de Irsa –principal operadora de centros comerciales del país y donde lleva 14 años de trabajo– planea reforzar el posicionamiento de ese complejo como el *shopping* favorito del ABCI cordobés.

En esa tarea, seguir sumando marcas exclusivas e internacionales es clave en la estrategia, como así también perfeccionar la experiencia del cliente en el centro comercial con nuevos servicios e innovaciones que sorprendan.

Un ejemplo reciente en esa línea es la apertura de Felicity x Standard 69, un café boutique nacido del *co-branding* entre la reconocida marca de indumentaria y uno de los emblemas gastronómicos del chef Javier Rodríguez.

Olivera destaca dos fichajes fuertes en lo que hace a marcas: "La apertura de un local exclusivo de Calvin Klein fue una bomba. Con un ticket alto, logró un muy buen resultado en ventas. Otro bastante similar fue la llegada de Zadig & Voltaire, una marca de lujo accesible con alto posicionamiento entre nuestro público. Que los sigamos sorprendiendo con propuestas de ese tipo es lo que esperamos de nosotros", analizó la ejecutiva.



NUEVOS JUGADORES. Los "shoppings" trabajan para sumar nuevas marcas.



Este verano sacamos una promo para sacarte todas las preocupaciones.

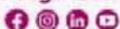
Enterate más en

SANCORSEGUROS.COM.AR


SANCOR SEGUROS

EL VALOR DE DAR RESPUESTA

sancorseguros.com.ar



Nº de inscripción en SSN
0224

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn



SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

entrevista

INDUSTRIA. Junto con sus hermanos, dirige Sohipren, que exporta bombas, válvulas y componentes oleohidráulicos. Desde diciembre, es presidente de la Asociación de Fabricantes de Maquinaria Agrícola y Agrocomponentes de Córdoba (Afamac).

Gustavo Piccioni

Arranca un buen año para la maquinaria agrícola, el problema es el costo argentino

Diego Dávila
ddavila@lavozdelinterior.com.ar

La industria de la maquinaria agrícola espera que en 2025 siga la tendencia a la recuperación que mostró la segunda mitad del año pasado. Tendrá algo más de competencia importada, sobre todo de Brasil. ¿Le preocupa el dólar? No tanto. El mayor problema que tiene es el costo argentino, sobre todo por un nivel de presión fiscal que ninguno de sus competidores tiene.

A esto se refiere Gustavo Piccioni, presidente de la Asociación de Fabricantes de Maquinaria Agrícola y Agrocomponentes de Córdoba (Afamac) desde diciembre y por dos años. Junto con sus hermanos, dirige Sohipren, que no fabrica tractores ni sembradoras, pero es un referente en materia de bombas, válvulas y otros productos oleohidráulicos para maquinaria agrícola y vial, camiones y otros usos industriales, que exporta al resto de América, Europa, África, Asia y Oceanía.

—¿Cómo es esto de que encabezas Afamac, pero no fabricas ni tractores y ni cosechadoras?

—Así es. Sohipren ingresó a Afamac en 2015 y desde diciembre me toca presidir la entidad por dos años. Tiene cerca de 70 integrantes, casi todas industrias del interior profundo de la provincia. Otra cosa buena que tiene la entidad es que está integrada por fabricantes de maquinaria agrícola y también por productores de agrocomponentes.

—¿Qué fabrican en Sohipren?

—Sohipren es una metalúrgica con casi 40 años de experiencia en diseño y fabricación de productos para la oleohidráulica, bombas y válvulas para las terminales de maquinaria agrícola y vial, la industria y el mercado de reposición. Hoy está a cargo de la segunda generación; aproximadamente 65% de la producción se exporta y

35% va al mercado nacional.

—¿A quiénes les venden?

—Case New Holland (CNH), Agco y el área de repuestos de John Deere, por ejemplo. Además, contamos con una filial productiva y comercial en San Pablo, Brasil, y una representación comercial en Santiago de Querétaro, México. En total, tenemos 135 colaboradores en Córdoba y otros 25 en San Pablo.

—O sea que Afamac reúne a toda la cadena productiva.

—Somos 70 entre fabricantes de maquinaria y de agrocomponentes, pero representamos a unas 200 fábricas en todo el territorio provincial. Este año vamos a iniciar un observatorio para precisar datos sobre la fuerza laboral que representa, su estructura y otros datos coyunturales. Es una industria muy particular.

—¿Por qué?

—Primero, son casi todas del interior del interior. Además, tiene una gran capacidad de desarrollo e innovación propia. Genera sus propias soluciones y las instrumenta, con productos que ayudan al productor y que son muy valorados en todo el mundo. O sea, sostiene la productividad con innovación y tecnología propia. A su vez, tiene un segundo valor.

—¿Cuál?

—La mayoría son empresas familiares, pymes que atravesaron dos años muy complejos y complicados sin despidos masivos, teniendo que soportar un nivel de uso de capacidad instalada del 50%. Este es un sector con un gran compromiso social, porque el personal despedido en el interior profundo tiene menos posibilidad de ser sustituido.

—Hoy la industria puso en discusión el tipo de cambio con el dólar y la presión fiscal. ¿Cómo se posicionan ustedes en este debate?

—El valor del dólar es sólo la punta del iceberg de problemas que tenemos que resolver. Hemos empezado

un proceso de normalización y estamos en plena conversación. El valor del dólar desnuda muchas ineficiencias que podemos tener como país y como empresas. Lo novedoso es que ahora se puso en debate la carga tributaria, que es importante. No lo decimos sólo nosotros, los industriales, también el turismo y otros sectores. Hay una realidad que afrontar.

—¿Cuál?

—Posiblemente, a nivel macroeconómico, se puede sostener el tipo de cambio actual, lo vamos a ver cuando pueda flotar libremente. Pero a nivel industrial, para mantener este tipo de cambio, hay que poner en la agenda urgente la presión impositiva de los tres niveles: nacional, provincial y municipal.

—¿Cuál es la presión impositiva que tiene la cadena de la maquinaria agrícola?

—De 30% a 35% sin el IVA. De esto, un tercio corresponde a impuestos



distorsivos de la Provincia y las tasas municipales. Llega al 40% con el IVA. Y es un problema muy complejo.

—¿Por qué es tan complejo?

—Por ejemplo, hay una parte de la producción que está afectada por Ingresos Brutos y otra que no. No es la misma tasa la que paga una industria en San Francisco que otra en

Marcos Juárez. Nos hemos puesto a trabajar en todos estos temas con las cámaras industriales y el Gobierno provincial, con el cual tenemos buen diálogo, para bajar a tierra el tema y ver cómo afecta a los costos de producción.

—Esta discusión no es nueva y no ha tenido mucho avance...

Entre los fierros y la música

Nombre. Gustavo Piccioni (45).

Casado con. Verónica.

Hijos. Sofía (14) y Antonella (10).

Le gusta. Jugar al fútbol (por ahora, suspendido por lesión) y escuchar música ("Debo tener la mayor cantidad de horas de uso de Spotify en la familia", asegura).

Cargo. Socio y director comercial de Sohipren. Presidente de Afamac.

Empleados. 135 empleados en Córdoba y 25 en San Pablo, Brasil.

Afamac. Tiene cerca de 70 socios, pero representa una industria con más de 200 empresas en Córdoba, principalmente del interior provincial.

Teléfono Afamac. +54 353 452-3931.

Web Afamac. www.afamac.com.ar.

E-mail Sohipren. sohipren@sohipren.com.

Web Sohipren. sohipren.com/es.



entrevista

FOTOGRAFÍAS DE PEDRO CASTILLO



“ La presión fiscal de la cadena de la maquinaria agrícola es de 30% a 35% sin el IVA. Un tercio son impuestos distorsivos de la Provincia y tasas municipales.

una sequía espantosa. Entonces, el factor político se le sumó el climático... y sobre llovido mojado, al comienzo de este año se le sumaron el cambio de Gobierno, la devaluación y la incertidumbre. Esa coyuntura profundizó la bajada hasta el primer semestre de este año.

–**Pasó en la mayoría de los sectores, la tendencia cambió entre junio y julio.**

–Sí, a partir de ahí y con la llegada del financiamiento, con estimaciones de rinde más normales de la cosecha 2024-2025, se empezó a recuperar la demanda y las ventas. Así estamos terminando el año mucho mejor que al inicio, con volúmenes similares a 2023, dependiendo de cada sector.

–**¿Qué esperan para este año?**
–Seguir recuperando nivel de actividad, más y mejor financiamiento, que eso ya es una realidad, y una previsión más concreta de los rindes. Ahora, la duda está en la ecuación del productor. Porque la baja de las commodities se ha profundizado.

–**Y ahí volvemos al tema inicial.**
–Sí, la presión impositiva que se aplica al productor agropecuario. Las retenciones a las exportaciones de granos afectan a nuestra industria de manera indirecta. A nivel mundial, la ecuación del productor, con la baja de las commodities la situación es complicada. Ahora, con la presión impositiva que tenemos en Argentina, se pone más bravo.

–**¿2025 será mejor o peor que 2024?**

–Nosotros vemos un mejor año que el total de 2024. No vamos a llegar a los niveles de 2021 o de 2022. Por eso, hay que trabajar en los aspectos estructurales de competitividad del productor y del fabricante, para que el productor tenga más rentabilidad y el fabricante sea más competitivo. No hay forma de llenar la capacidad que hemos desarrollado y que a nivel industrial es necesario.

–**Van a tener que competir con unidades importadas.**

–Claramente, vamos a un proceso de normalización. Eso significa que todos vamos a tener más competencia, lo que implica más productos importados, agrocomponentes y maquinaria agrícola, sobre todo autopropulsados, como tractores y pulverizadoras.

–**¿China es una preocupación?**

–Puede ser una preocupación en tractores de baja cilindrada. En el conjunto del mercado de la maquinaria agrícola, la competencia más fuerte es de Brasil, que está entre los tres grandes fabricantes en el mundo, junto con Estados Unidos y Europa. Nosotros en Argentina tenemos productos para competir, hay que trabajar en el precio, pero eso es algo que no termina en la empresa.

–Sabemos que es un problema estructural, que no arrancó con este Gobierno, pero sí sabemos que tenemos que solucionarlo en forma urgente, porque hoy nosotros tenemos que cotizar y facturar, y los productos importados que ingresen al país no tienen la carga tributaria ni el costo laboral que nosotros tenemos.

Así que estamos preparando un marco técnico para trabajar una idea que permita bajar la carga impositiva a nivel provincial, además de lo que se pueda trabajar a nivel nacional.

–**¿Qué chances tiene la industria de Córdoba de avanzar en este sentido?**

–Es un tema muy sensible, hay que hacer un zoom muy prudente y responsable para ver cómo se puede mejorar.

–**¿Qué es más acuciante hoy para la industria: la innovación o la presión fiscal?**

–La innovación, la mejora permanente y la tecnología 4.0 son cosas que la industria ya las tiene incorporadas. La tecnología de Argentina para el campo, mano a mano, puede competir con cualquiera a nivel de solución. Pero si me preguntás cuál es el problema más importante que tiene la industria, te digo que es el costo; tenemos que ser más competitivos. El caso es que la competitividad es una construcción colectiva.

–**¿Qué quiere decir eso?**

–Una industria puede mejorar su competitividad puertas adentro. Eso ya lo hemos hecho. Pero con una carga tributaria como la que tiene hoy Argentina en general, es muy difícil. Por más que tengamos el mejor equipo, quién lo va a comprar con una diferencia importante de precios. La competitividad es una responsabi-

dad de las empresas, pero también una gran responsabilidad público-privado, en los tres niveles: nacional, provincial y municipal.

–**¿Esto lo vienen hablando con el Gobierno de Córdoba?**

–Lo bueno es que Córdoba está un paso adelante con respecto a otras provincias. Nosotros tenemos buen diálogo con la Provincia, que está abierta a dialogar para ver de qué forma podemos solucionar.

–**También está la logística...**

–Sí, la logística. A una industria en Córdoba le cuesta lo mismo trasladar una mercadería en camión de Córdoba a Buenos Aires que de Buenos Aires a Europa. Pero en la escala de prioridades hay que avanzar primero por donde más aprieta el zapato, que ahora es la presión impositiva. Es lo que están poniendo en debate todas las cámaras empresariales.

–**Si se abre la economía, el sector está obligado a ser competitivo.**

–Claro, ¿una empresa puede bajar un margen tan grande como los 30 o 35 puntos de componente fiscal? Una innovación te puede bajar dos o tres puntos los costos, lo cual es un montón a nivel mundial. Encontraste una aleación distinta o una solución nueva, pero a nivel de las pymes es complicado. La responsabilidad de cada empresa de ir mejorando todos los días, no queremos ni tirar la pelo-

ta afuera, pero esa gimnasia ya la tenemos. Actualmente, el entramado industrial pyme argentino no está preparado para competir, pero la culpa ¿es del tipo de cambio?

El mercado

–**Los datos de la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (Acara) muestran que el año pasado cerró 7,4% abajo de 2023, con cerca de 6.500 unidades, pero con un diciembre casi 19% por encima en la comparación interanual. ¿Cómo lo vieron ustedes desde las fábricas?**

–La caída de las ventas del sector arrancó en el segundo semestre del 2022; esto tuvo que ver con una resolución del Banco Central que limitó el acceso al financiamiento bonificado a los productores del agro que tuvieron en stock de granos un porcentaje mayor al 5%. En 2023 el sector tuvo

“ Los costos del entramado industrial pyme argentino son altos, no está preparado para competir, pero la culpa ¿es del tipo de cambio con el dólar?



FABRICANTE. Sohpi ren fabrica componentes oleohidráulicos para la maquinaria agrícola, grandes unidades y para la industria.

empresas

RECURSOS HUMANOS. Impulsar la desintoxicación tecnológica en el personal es una tendencia que crece entre las empresas. Algunas iniciativas por implementar en el receso y durante el año.

Vacaciones. Un "detox" digital para empezar el año con más calma

lavoz@cvaagroup@gmail.com

Natalia Cico (*)
Especial

En el vertiginoso mundo corporativo, donde las demandas laborales y personales parecen no tener pausa, encontrar un momento de tranquilidad genuina se vuelve un desafío constante. En el afán por desconectar del estrés cotidiano, muchas veces caemos en la tentación de buscar refugio en las pantallas: ya sea una maratón de series en Netflix, el consumo compulsivo de videos cortos en redes sociales o largas conversaciones a través de mensajería instantánea. Aunque estas actividades prometen un alivio momentáneo, lo cierto es que no siempre cumplen con ese cometido.

Las pantallas ofrecen una dosis rápida de dopamina, ese neurotransmisor asociado al placer, que nos hace creer que estamos "restando" nuestras energías. Sin embargo, estudios recientes demuestran que el uso excesivo de dispositivos digitales, lejos de relajarnos, puede amplificar el estrés y la ansiedad. En algunos casos, incluso puede derivar en sentimientos de tristeza o depresión. Es la paradoja de "desconectar conectándonos": un círculo vicioso que termina dejándonos más agotados.

En este contexto, el inicio de un nuevo año representa una oportunidad valiosa para replantearnos cómo queremos gestionar nuestro tiempo y energía. Más allá de las soluciones tradicionales, como hacer más ejercicio o aprender una nueva habilidad, incorporar un detox (desintoxicación) digital a nuestra rutina puede ser una estrategia transformadora para recuperar el equilibrio y empezar el año con una mentalidad más serena.

El impacto de un "detox" digital en el bienestar corporativo

Para ejecutivos, profesionales y líderes en el área de recursos



LIBROS. Volver al placer de leer un libro en papel fomenta la concentración y desconecta de la sobrecarga de pantallas.

humanos, la idea de un detox digital no sólo tiene implicancias personales, sino también organizacionales. En un entorno donde el agotamiento mental y el burnout son desafíos crecientes, fomentar hábitos que promuevan una relación más saludable con la tecnología puede marcar la diferencia. Implementar estrategias de bienestar digital no sólo mejora la calidad de vida de los colaboradores, sino que también repercute en una mayor productividad y creatividad dentro de las empresas.

Entonces, ¿cómo podemos comenzar este proceso de detox digital? Aquí algunos consejos prácticos y efectivos:

Reemplazar las conversaciones virtuales por encuentros

Política para el personal. Para los ejecutivos y profesionales de áreas como recursos humanos, esta práctica de detox digital puede convertirse en una herramienta clave para promover culturas laborales más saludables.

reales. Aunque las aplicaciones de mensajería instantánea facilitan la comunicación, a menudo resultan en interacciones rápidas y superficiales. Aprovechá el verano para organizar reuniones cara a cara con amigos, familiares o colegas.

Estos encuentros permiten conexiones más profundas y significativas, algo que es difícil de replicar en el mundo virtual. Ade-

más, los silencios compartidos y las charlas pausadas tienen un efecto reparador que ninguna pantalla puede igualar.

Reconectar con la naturaleza. El contacto con la naturaleza tiene un efecto restaurador comprobado. Cambiá los memes y los reels por un paseo al aire libre: una caminata por el parque, una visita a las sierras o una tarde junto al río pueden ayudarte a recargar energías. Estudios en psicología ambiental han demostrado que pasar tiempo en espacios verdes reduce los niveles de cortisol, la hormona del estrés, y mejora nuestro estado de ánimo.

Volver al placer de la lectura en papel. En un mundo dominado por la inmediatez, leer un libro físico es una forma de resistencia.

Durante tu tiempo libre, dejá que las páginas de un buen libro te transporten a otros mundos. Este hábito no sólo fomenta la concentración, sino que también te permite desconectar de la sobrecarga informativa a la que estamos expuestos en los dispositivos digitales.

Practicar la presencia plena. Reconectar con uno mismo es esencial. Actividades simples, como una caminata en soledad, una tarde de mates sin prisa o incluso tocar un instrumento musical, pueden ayudarte a reconectar con el presente. Dejar el celular en casa de vez en cuando es una acción que, aunque sencilla, puede tener un impacto profundo en el bienestar personal.

Un enfoque corporativo del "detox" digital

En el ámbito empresarial, los equipos de recursos humanos pueden liderar la implementación de iniciativas que fomenten el bienestar digital.

A continuación, algunas ideas que se puede poner en práctica:

Políticas de desconexión digital. Establecer horarios límite para responder correos o mensajes laborales puede ayudar a los colaboradores a desconectarse efectivamente y disfrutar de su tiempo libre.

Capacitaciones en gestión digital. Ofrecer talleres sobre cómo utilizar la tecnología de manera consciente puede empoderar a los empleados para establecer límites saludables.

Espacios de descanso analógicos. Crear áreas libres de tecnología dentro de las oficinas puede ser un incentivo para que los colaboradores recarguen energía de manera más efectiva.

Hacia un 2025 con más calma y claridad

Adoptar un detox digital no significa renunciar a la tecnología, sino aprender a utilizarla de manera equilibrada y consciente.

A medida que se avanza en este nuevo año, incorporar hábitos que prioricen el bienestar y la calma no sólo beneficiará nuestra vida personal, sino también la organizacional. Como dice el proverbio: "La calma es el poder de construir".

(*) Abogada, especialista en gestión del tiempo, metodologías ágiles e inteligencia emocional. Autora del libro "Gestión del tiempo: claves para una vida productiva y feliz".

Aprueban a aerolínea nuevas rutas internacionales

VOELOS. El Gobierno autorizó a Sky Airline Perú, una filial de la "low cost" chilena Sky, a ampliar sus operaciones en la Argentina.

El Gobierno argentino autorizó a la aerolínea Sky Airline Perú a ampliar sus operaciones de transporte aéreo

de pasajeros y carga en el país.

Sky Airline Perú es la filial peruana de la aerolínea de bajo costo chilena Sky. Con esto, podrá operar tanto en el Aeropuerto Internacional de Ezeiza como en el Aeroparque Jorge Newbery, sumando nuevos destinos y escalas en sus rutas.

Esto se logró en el marco de la política de Cielos Abiertos del

Gobierno, que busca fomentar la competencia y mejorar la conectividad aérea. En mayo de 2024, Argentina y Perú firmaron un Memorandum de Entendimiento que permite a las aerolíneas operar rutas con frecuencias ilimitadas, para sumar servicios.

A partir de ahora, siempre que los vuelos partan de Lima y tengan a Buenos Aires como escala o destino

final, Sky Airline Perú podrá incluir en sus itinerarios ciudades como Santiago de Chile, Salvador de Bahía, San Pablo, Porto Alegre, Florianópolis, Río de Janeiro y Montevideo.

Estas rutas se suman a la actual Lima-Buenos Aires-Santiago de Chile, que ya operaba. Anteriormente, sólo podía operar la ruta Lima-Buenos Aires-Santiago desde Ezeiza.



MÁS VOELOS. Sky Perú suma rutas.

opinión

Ubicado en \$ 1.225, el dólar blue cerró la semana con una brecha con el oficial de 14,5%, cuando previo al inicio del año estaba más cerca del 10%. En todo 2024, la cotización subió cerca de 20%, cuando la inflación cerrará el año por encima del 100% interanual, reforzando el debate en torno a si el valor de la moneda estadounidense está o no retrasado. El mismo debate se dio cuando arrancó el actual Gobierno, a inicios de 2024, cuando la "fija" ubicaba al dólar en \$ 2.000, algo por suerte no ocurrió. ¿Los argentinos necesitamos un dólar permanentemente en alza?

Décadas de inflación hicieron que el peso argentino perdiera una característica fundamental de cualquier moneda en el mundo: ser resguardo de valor. Esta es la razón por la que los argentinos ahorramos en dólares y lo ponemos como una referencia de precios para la economía interna.

Por eso, a los argentinos nos resulta tan difícil entender que la moneda estadounidense es una mercancía más, y por lo tanto es un precio más dentro de la economía.

Cuando hay más dólares y la demanda es baja, el precio tiende a mantenerse estable o caer; esto es lo que sucedió a finales de 2024, por el ingreso de dólares del blanqueo, la liquidación de exportaciones y la venta de dólares que hicieron las empresas para enfrentar el pago de sueldos y

AL MARGEN

¿Los argentinos necesitamos tener un dólar más caro?

cvagroup@gmail.com



Diego Dávila

ddavila@lavozdelinterior.com.ar

aguinaldos. Cuando se activa la demanda y la oferta no crece, el precio tiende a subir; esto es lo que sucedió con posterioridad a las fiestas de fin de año, impulsadas por ahorristas que transformaron sus aguinaldos en dólares y turistas que compraron para salir al exterior.

El Banco Central interviene comprando y vendiendo en el mercado porque esa es su obligación: proteger el poder de compra de la moneda. Además, hay un claro intento del Gobierno de influir para seguir bajando la inflación. Pero después de tantos

años de intervención, cuesta ver la evolución del dólar como un fenómeno de mercado.

Esta es la causa por la que los ahorristas que en 2024 se quedaron con dólares en mano, perdieron contra el peso. No se los puede criticar, lo que sucedió el año pasado es toda una novedad para la economía argentina: el peso recuperó capacidad de resguardo de valor, gracias a que bajó la inflación.

Entonces, ¿cuál es el precio del dólar?

El ministro de Economía de los '90,

Domingo Cavallo, salió a explicar en su blog que el peso está 20% apreciado – algo similar a lo ocurrido en los tres años previos a la caída de la convertibilidad, régimen creado por él mismo – y citó un trabajo del economista Andrés Borenstein que fija el tipo de cambio real en \$ 1.294 para el período 1991-2024.

El presidente Javier Milei salió fuerte al cruce, en una entrevista al medio El Observador, al decir de Cavallo: "El equivalente al tipo de cambio que defendía en el Tequila (una de las tantas crisis internacionales golpeó a la convertibilidad) era de \$ 700 pesos sin equilibrio fiscal. Por lo tanto, me parece desafortunada e incorrecta en términos técnicos".

En este marco, el Presidente agregó que "es mentira que la Argentina está más cara que el resto del mundo" y resaltó que "si devaluar fuera el método, Argentina debería ser potencia".

Lo cierto es que el cálculo de Borenstein es lo que está viendo el mercado y eso se refleja en la cotización del blue.

El último Relevamiento de Expectativas de Mercado (REM) del Banco Central ofreció para diciembre de 2025 estas proyecciones: dólar oficial a \$ 1.205,5, inflación interanual de 24,8% y tasa de interés de 25% interanual.

Más que preguntarse qué dólar quiere el Gobierno, hay observar el flujo de dólares. La primera incógnita es qué pasará con el campo: la insuficien-

El tipo de cambio avanzó menos que la inflación. Pero hacia adelante, son varios factores que proyectan más ingresos de dólares.

cia de lluvias provocaría menos producción, pero evitaría una caída más profunda de los precios internacionales de las commodities agrícolas.

Paralelamente, hay que tener en cuenta que, hacia adelante, empezarán a crecer las exportaciones argentinas de energía y que de un momento a otro se levantará el cepo, lo que incentivará el ingreso de capitales internacionales.

A su vez, el Gobierno negocia un nuevo acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI) y préstamos con capitales privados. Por lo tanto, hay que esperar que ingresen dólares a la economía.

Es cierto que se prevé un boom de importaciones, lo que va a demandar más dólares, pero las proyecciones de crecimiento oscilan entre 11% y 20%.

Pero el pago que hizo el Gobierno la semana pasada del vencimiento de deuda por más de US\$ 4.300 millones y el Repo, que aportó a las reservas US\$ 1.000 millones, dieron al mercado una fuerte señal de estabilidad.

LOS DATOS DICEN

AHORA PODÉS TOMAR DECISIONES EXITOSAS

Los indicadores locales y del país más relevantes para entender la actualidad.

- Gráficos interactivos en tiempo real
- Notas y análisis de tendencias

Disponible en la sección **Negocios** escaneando el código QR

ACOMPANAN:

opinión

La gestión del presidente Javier Milei radicó en un plan de desinflación durante su primer año basado en dos anclas fundamentales. La primera fue un ancla fiscal que involucró un fuerte ajuste del gasto y la eliminación de la emisión monetaria durante el 2024. La segunda, un ancla cambiaria, a partir de la estrategia de un *crawling peg* al 2% mensual con la intención de llevarla a un 1% mensual para continuar con la desinflación.

Comenzamos a transitar un escenario muy optimista donde observamos que los precios se desaceleraron y la actividad de la economía creció 3,9% durante el tercer trimestre de 2024. Paralelamente, el Banco Central de la República Argentina (BCRA) comenzó a acumular reservas, el riesgo país tocó esta semana su mínimo desde 2018 (rompió la barrera de los 600 puntos básicos) y los mercados están de fiesta con un Merval que marcó su máximo histórico. Se comienzan a sentir los primeros indicios de recuperación del salario real y de actividad económica.

Esto plantea la incógnita de si estamos ante un cambio estructural en la economía o atravesando un período de optimismo temporal que, ante un cambio de viento de cola, nos pueda llevar nuevamente a crisis como las del 2001 o 2018. ¿Es realmente sostenible el modelo económico actual para lograr una recuperación genuina de la actividad y de los ingresos?

A mediano plazo, el Gobierno deberá hacer frente a vencimientos de deuda externa por aproximadamente US\$ 51 mil millones en los próximos tres años. Para poder hacer frente a dichos vencimientos, en un escenario de salida del cepo, será clave el monto que se termine negociando con el Fondo Monetario Internacional (FMI) y que el riesgo país siga descendiendo a niveles que permita *rollear* los vencimientos con acreedores privados.

El último informe de la evolución del mercado de pagos y balance cambiario del BCRA, correspondiente a noviembre de 2024 (publicado el 27 de diciembre pasado), muestra que producto de esta recuperación y apreciación cambiaria, la cuenta corriente pasó a ser deficitaria. Asimismo, encontró un balance en el superávit de la cuenta capital y financiera, especialmente de la mano del blanqueo y un incremento de la emisión de deuda privada en dólares.

Tipo de cambio y recuperación salarial

Luego del salto devaluatorio de diciembre de 2023, el proceso de desinflación se explica en gran medida a partir de la fuerte apreciación cambiaria dada por una política cambiaria que involucró una tasa de devaluación mensual del 2% frente a una inflación sustancialmente más elevada. En términos históricos, el TCRM actual de enero de 2025 se encuentra en niveles similares a los de enero de 1999 o agosto de 2017.

La apreciación cambiaria está llevando a que el saldo de la cuenta corriente se revierta a medida que el pago de importaciones de bienes se normaliza y crecen las importacio-

LA ECONOMÍA

Al calor de la reactivación



Gisela Veritier

Economista y directora general del Iccid-UCC

nes de servicios. Al contexto se agrega la devaluación de la moneda en Chile y Brasil: la moneda chilena está sufriendo un reacomodamiento desde septiembre del año pasado. Alcanzó un nuevo pico de depreciación y el dólar quedó en su valor máximo. En el caso de Brasil, su moneda quedó por encima de los R\$6 por dólar, el valor más alto de los últimos cinco años.

Esto va en línea con una tendencia

mundial, donde muchos países están devaluando sus monedas previendo las medidas proteccionistas que pueda a llegar a tomar Donald Trump cuando asuma la presidencia de Estados Unidos; con precios más bajos en nuestros dos países vecinos, los productos argentinos pierden competitividad aumentando la salida de dólares y profundizando el déficit en la balanza cambiaria.

Lo anterior se da en un contexto

donde los salarios se recuperan en términos de dólares pero en pesos lo hacen de forma muy heterogénea: mientras que el promedio de los salarios del sector privado registrado ya se encuentra prácticamente a niveles de noviembre de 2023, en el ámbito público llevan una pérdida acumulada del 16% durante el mismo período.

Los dólares que ingresaron y que ingresarán

A pesar del saldo en Cuenta Corriente, el BCRA siguió acumulando reservas en octubre a través de la cuenta financiera, de la mano del blanqueo y una mayor emisión de deuda en dólares del sector privado.

Producto del blanqueo, los depósitos en moneda extranjera subieron cerca de US\$ 18 mil millones. Esto hace que las reservas brutas aumenten por dos vías. Cada vez que los bancos comerciales depositan los encajes obligatorios en el BCRA, suben las reservas brutas (pero no las netas, dado que los encajes también representan un pasivo para el Banco Central). Por otro lado, ese mayor stock de dólares en los bancos hace posible que crezcan los créditos en divisas al

sector privado. Las regulaciones actuales obligan a que estos dólares se liquiden enteramente en el Mercado Único Libre de Cambios (Mulc). De este modo, el BCRA logra comprar dólares que incrementan tanto las reservas brutas como las netas.

Un esquema económico como el descrito es meritorio, al menos en el corto plazo. El meollo a resolver es qué niveles de actividad e ingresos son compatibles con ello. La solución tampoco es única. Una situación de nivel de ingresos, de actividad económica y tipo de cambio real que tomen la cuenta corriente deficitaria, sólo es compatible con una cuenta capital y financiera netamente positiva.

Algunos países de la región, como Brasil o Chile, han sostenido un tiempo considerable déficits de cuenta corriente. El debate es si la Argentina está en condiciones de recibir importantes flujos financieros internacionales. La elevada fragilidad externa producto de los vencimientos futuros, del nivel de reservas brutas y netas negativas en este momento, hacen que todavía nos encontremos muy expuestos a cualquier movimiento no esperado por diferentes causas (clima, demanda mundial, mercado local e internacional, etcétera). Siguiendo las comparaciones con Brasil, esta nación posee reservas internacionales por US\$ 350 mil millones, lo que representa el 56% de su deuda externa. En el caso argentino, el mismo indicador alcanza sólo el 18%.

Para los próximos tres años, Argentina tendrá que afrontar vencimientos por US\$ 51.000 M. El quid de la cuestión será observar los flujos de corto y mediano plazo: la negociación con el FMI (conseguir el gran desembolso o sólo *rollear* la deuda actual), la evolución de las exportaciones agropecuarias, muy atadas al clima y a la demanda internacional (corto plazo), que el mercado continúe siendo optimista, el riesgo país siga descendiendo y las expectativas por el crecimiento de las exportaciones del sector minero e hidrocarburos puedan materializarse (mediano plazo).

En los próximos meses, una recuperación de los ingresos y la actividad económica pondrán presión sobre el mercado de cambios: por un lado, la recuperación de la capacidad de ahorro y, por el otro, el turismo y consumo en el exterior, son factores que demandan dólares. A ello se agrega una expansión de las importaciones de la mano de la recuperación de la actividad. El Gobierno deberá encontrar una importante fuente financiera que le permita cubrir esa creciente demanda de divisas, para poder llegar a las elecciones de octubre sin un sobresalto cambiario que debilita sus posibilidades electorales. En palabras del Milei: "El Banco Central tiene un problema de stock de US\$ 11.000 millones. Si los conseguimos, del FMI o de fondos de inversión, se sale del cepo". Por ahora, el oficialismo espera un guiño de Trump, esperando recibir un trato favorable de cara a la negociación con el FMI. Y se entusiasma por la caída del riesgo país, que abrirá las puertas de la Argentina al mercado internacional de deuda.



ILUSTRACIÓN DE ERIC ZAMPERRI